



GUIDE

Pas à pas

IDENTIFIER VOS MOTS-CLÉS

Bienvenue dans ce workbook dédié à l'**identification de vos mots-clés** ! Ce guide pratique vous aidera à structurer votre recherche pour **optimiser votre visibilité en ligne**. Prenez le temps de compléter chaque section pour **affiner votre stratégie SEO**.

1

Comprendre votre public cible

L'audience cible désigne le **groupe spécifique de consommateurs** que vous souhaitez atteindre avec vos produits ou services. Comprendre votre audience cible est essentiel pour **adapter votre message marketing** et **optimiser votre stratégie de contenu**, afin de répondre au mieux à leurs besoins et attentes.

Identifier les caractéristiques de votre audience

- Répondez aux questions suivantes.
- Je vous ai ajouté une petite feuille persona en bonus.

1. Qui sont vos visiteurs idéaux ?

Quand vous pensez à votre clientèle actuelle et idéale. Quels sont les groupes démographiques qui sont le plus susceptibles d'être intéressés par vos produits ou services ?

- Âge :
- Profession :
- Centres d'intérêt :
- Autres caractéristiques :



2. Quels problèmes cherchent-ils à résoudre ?

Pour comprendre leurs besoins et motivations, identifiez les défis ou les frustrations que votre audience pourrait rencontrer. Comment vos offres peuvent-elles les aider ?

- Problème 1 :
- Problème 2 :
- Problème 3 :

3. Quelles questions se posent-ils ?

Explorer leurs préoccupations, pensez aux interrogations que votre audience pourrait avoir lors de leur recherche d'informations. Quelles informations supplémentaires pourraient les rassurer ?

• Question 1 :

• Question 2 :

• Question 3 :

4. Synthétiser les informations

À partir des réponses aux questions ci-dessus, créez un profil succinct de votre audience cible. Cela peut inclure une description générale, leurs motivations et les questions clés qu'ils se posent.

profil



Nom

Age:

Genre

Revenu

Formation

profession

localisation

Situation personnelle

Personnalité

Introverti



Extraverti



Creatif



Analytique



Réflexion



Sentiments



Sagesse



Impulsivité



Découragement



Persévérance



Évite les risques



Prends des risques



Ses questions

Notes : • Toutes les petites notes pour vous aider

2

Brainstorming initial

Le brainstorming est une méthode créative pour **générer des idées**. Ne vous censurez pas ; **notez tout ce qui vous vient à l'esprit**. Impliquer d'autres personnes peut également apporter des perspectives différentes et enrichir votre liste.

1. Liste de mots pertinents

Notez des mots-clés pertinents pour votre activité.



2. Liste des expressions en lien

Pensez aux termes que vos clients pourraient utiliser pour vous trouver.

3

Utiliser des outils



Utilisez des outils simples pour obtenir des informations précises sur ce que les gens recherchent. Cela enrichit votre compréhension des besoins de votre audience et vous aide à sélectionner des mots-clés pertinents.

1. Moteur de recherche :

Tapez des mots ou phrases liés à votre activité et notez les suggestions et questions.

- Suggestions

- Questions

2. AnswerThePublic :

Utiliser AnswerThePublic pour découvrir des questions et sujets liés à votre mot-clé principal.

- **Choisissez et entrez votre mot-clé :**

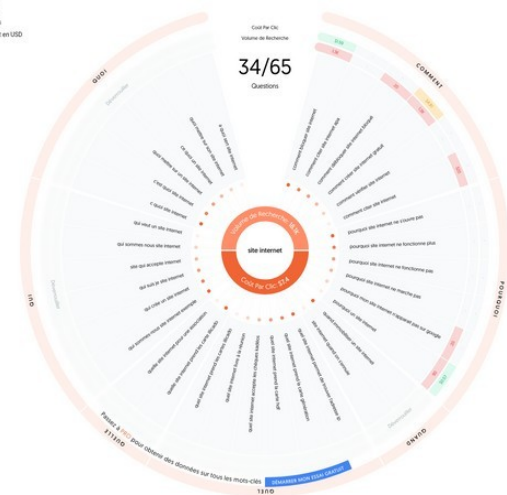
Pensez à un terme central lié à votre activité ou à votre produit. Par exemple, si vous vendez des vêtements de sport, un bon mot-clé pourrait être "vêtements de sport".

- **Explorez les résultats :**

1. Observez les différentes questions, phrases et sujets qui apparaissent autour de votre mot-clé.
2. Notez au moins cinq questions ou sujets qui vous semblent pertinents pour votre audience.

1.
2.
3.
4.
5.

INDICATEURS CLES
■ Très recherchés
■ Moins recherchés
■ Moins recherchés
■ Moins recherchés
Les données CPC sont en USD



- **Analysez les résultats :**

Quelles questions sont fréquemment posées par les utilisateurs ?

Y a-t-il des tendances ou des préoccupations récurrentes que vous pourriez aborder dans votre contenu ?

4

Analyser la concurrence



L'analyse de la concurrence vous donne une idée claire de **ce qui fonctionne sur le marché**. Cela vous permet d'identifier **des opportunités pour vous différencier**, sans tomber dans le piège de la copie.

1. Identifiez trois concurrents et examinez leur contenu :

Rappel important : **Ne copiez jamais le contenu de vos concurrents !** En plus de **perdre de la valeur aux yeux de votre audience**, cela peut entraîner des sanctions de la part des moteurs de recherche, ce qui pourrait **faire baisser votre classement**.

| Étape | Description | Exemple |
|---|---|--|
| 1. Identifier le concurrent | Notez le nom et le site web du concurrent. | Concurrent 1 : ABC Vêtements |
| 2. Analyser la méta description | Examinez la méta description de la page d'accueil. | Méta description : "Vêtements de sport tendance" |
| 3. Calculer la répétition des mots-clés | Notez la fréquence des mots-clés principaux dans le contenu. | Mots-clés : "vêtements de sport" (répété 5 fois) |
| 4. Analyser le type de contenu | Identifiez le type de contenu proposé (articles, vidéos, etc.). | Type de contenu : Articles de blog sur le fitness |
| 5. Identifier les points forts et faibles | Notez ce qui fonctionne bien et ce qui pourrait être amélioré. | Points forts : Visuels attractifs ; Points faibles : Temps de chargement lent |

Comment utiliser ce tableau :

1. Remplissez chaque ligne pour chaque concurrent.
2. Comparez les résultats pour identifier des opportunités et des points de différenciation.

Concurrent 1



| Étape | Description |
|---|----------------------|
| 1. Identifier le concurrent | <input type="text"/> |
| 2. Analyser la méta description | <input type="text"/> |
| 3. Calculer la répétition des mots-clés | <input type="text"/> |
| 4. Analyser le type de contenu | <input type="text"/> |
| 5. Identifier les points forts et faibles | <input type="text"/> |

Observations :

Concurrent 2



| Étape | Description |
|---|----------------------|
| 1. Identifier le concurrent | <input type="text"/> |
| 2. Analyser la méta description | <input type="text"/> |
| 3. Calculer la répétition des mots-clés | <input type="text"/> |
| 4. Analyser le type de contenu | <input type="text"/> |
| 5. Identifier les points forts et faibles | <input type="text"/> |

Observations :

Concurrent 3



| Étape | Description |
|--|----------------------|
| 1. Identifier le concurrent | <input type="text"/> |
| 2. Analyser la méta description | <input type="text"/> |
| 3. Calculer la répétition des mots-clés | <input type="text"/> |
| 4. Analyser le type de contenu | <input type="text"/> |
| 5. Identifier les points forts et faibles | <input type="text"/> |

Observations :

Conclusion de l'analyse de concurrents



1. Résumé des forces et faiblesses

| Concurrent | Forces | Faiblesses |
|------------|--------|------------|
| | | |
| | | |
| | | |

2. Opportunités à exploiter

3. Stratégies de différenciation

5

Explorer les mots-clés « Longue Traîne »

Les mots-clés longue traîne sont moins compétitifs et attirent **un trafic plus ciblé**. En les intégrant dans votre stratégie, vous pouvez mieux **répondre aux intentions spécifiques des utilisateurs**.

1. Identification des mots-clés longue traîne :

Listez au moins trois mots-clés longue traîne que vous pourriez utiliser.

-
-
-

Exemple de Mots-Clés Longue Traîne

Mot-clés :

- "chaussures"

Mots-clés longue traîne :

- "chaussures de randonnée imperméables pour femmes"
- "chaussures de course légères pour marathons"
- "chaussures de danse à talons pour débutantes"



6

Intégrer et affiner vos mots-clés

L'intégration de mots-clés doit être **stratégique et naturelle**. Le suivi de leurs performances vous permet d'**ajuster votre stratégie en temps réel** pour maximiser votre visibilité.



1. Intégration des mots-clés

Tips pour bien intégrer vos mots-clés

Dans les titres :

- Utilisez des mots-clés dans les titres et sous-titres :
- Placez vos mots-clés principaux dans le titre (H1) et dans les sous-titres (H2, H3) pour aider les moteurs de recherche à comprendre le sujet de votre contenu.

Dans le contenu :

- Assurez-vous que les mots-clés s'intègrent naturellement dans les phrases.
- Évitez le bourrage de mots-clés, qui peut nuire à la lisibilité.
- Mélangez les types de mots-clés :
 - Utilisez à la fois des mots-clés génériques et des mots-clés longue traîne. Cela permet de toucher un public plus large tout en étant spécifique.
- Ajoutez des synonymes et des variations :
 - Pour éviter la répétition et enrichir le texte, intégrez des synonymes et des expressions similaires. Par exemple, pour "chaussures de randonnée", vous pouvez aussi utiliser "bottes de randonnée".
- Utilisez des appels à l'action (CTA) :
 - Incorporez vos mots-clés dans vos CTA pour diriger les utilisateurs vers des actions précises. Par exemple, "Découvrez notre sélection de chaussures de randonnée imperméables".

Exercice : Intégration Pratique

1. Choisissez un mot-clé principale et rédigez un paragraphe de 100 mots l'intégrant de manière naturelle.





2. Types de textes à ajouter sur votre site

Articles de blog :

- Rédigez des articles sur des sujets liés à vos mots-clés. Par exemple, "Top 5 des chaussures de randonnée pour femmes en 2024".

Pages de produits :

- Optimisez les descriptions de produits en y intégrant des mots-clés spécifiques, des caractéristiques et des avantages.

FAQ (Foire aux questions) :

- Créez une section FAQ pour répondre aux questions courantes. Cela vous permet d'intégrer des mots-clés longue traîne et d'améliorer l'expérience utilisateur.

Guides d'achat :

- Proposez des guides d'achat détaillés qui intègrent vos mots-clés et répondent aux besoins de vos clients.

Témoignages clients :

- Encouragez vos clients à laisser des avis qui contiennent des mots-clés. Par exemple, un témoignage sur des "chaussures de randonnée imperméables pour femmes".

En intégrant ces types de contenus sur votre site, vous pouvez **attirer une audience plus large**, améliorer votre référencement et **engager votre cible**. Ces textes permettent de créer une connexion authentique et ce avec tous les domaines d'activité, **tout en optimisant votre présence en ligne**.

LAURETTE RIAND

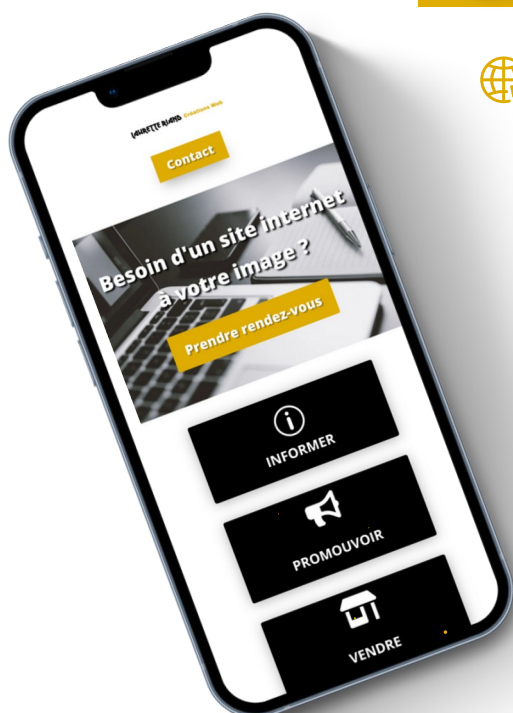
Créations Web

Si vous avez besoin d'aide ou si vous souhaitez un audit de votre site, n'hésitez pas à me contacter ! 🌐 ✨

Contact

06.75.44.19.97

🌐 www.laurette-riand-cw.fr



Espace entrepreneurs